СТАТИСТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНЮВАННЯ СТАНУ ТА РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ

МИЛАШКО О.Г.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ, МОЛОДІ І СПОРТУ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

МЕТОДОЛОГІЯ СТАТИСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

За загальною редакцією кандидата економічних
наук, професора А.З.Підгорного

МОНОГРАФІЯ

Одеса

2012

УДК 311.313.001.5

Рекомендовано Вченою радою Одеського національного економічного університету (протокол № 6 від 28 лютого 2012 р.)

Рецензенти:
Кубліков В.К., доктор економічних наук, професор
Волкова Н.А., кандидат економічних наук, доцент

Методологія статистичного забезпечення розвитку регіону: Монографія // За заг. ред. канд. економ. наук, професора А.З. Підгорного – Одеса: Атлант, 2012. – 303 с.

У роботі розглянуто наукові результати та напрацювання членів кафедри статистики Одеського національного економічного університету, отримані в процесі виконання комплексної науково-дослідної роботи за темою «Удосконалення статистичного забезпечення управлінням економічного та соціального розвитку регіону».

У монографії пропоновані наукові результати вдосконалення статистичних методів аналізу соціально-економічних процесів на регіональному рівні, які дозволяють формулювати реальні кількісні висновки й рекомендації практичного характеру, необхідні для сучасного стану економічних реформ.

Рекомендується для студентів, аспірантів, викладачів та науковців, що досліджують проблеми статистичного оцінювання розвитку соціально-економічних процесів на мікро- та на макрорівні.

© колектив авторів, 2012
© АТЛАНТ, 2012

ЗМІСТ

Передмова 4
1. Статистичне дослідження людського розвитку 6
1.1. Статистичне оцінювання та моделювання демографічних процесів на регіональному рівні 6
1.2 Статистичні аспекти оцінювання стану та розвитку сфери туризму. . 43
2. Дослідження інтенсивності розвитку макроекономічних процесів. . . 72
2.1 Статистичні аспекти оцінювання прямих іноземних інвестицій в Україну. 72
2.2 Статистичне дослідження макроекономічних пропорцій за даними системи національних рахунків. 92
2.3 Статистична складова оцінки грошово-кредитної політики України . 111
3. Методологічні проблеми статистичного оцінювання бізнесу. 125
3.1 Детерміновані моделі факторного економічного аналізу. 125
3.2 Методологічні аспекти аналізу ефективності використання робочої сили на підприємстві. 143
3.3 Статистичний моніторинг кон'юктури ринку та оцінка ефективності функціонування підприємств на ринку товарів і послуг. 165
3.4 Методи і моделі оцінки розвитку малого підприємництва Одеського регіону. 196
3.5 Багатовимірні статистичні методи в маркетингових дослідженнях . . 242
3.6 Методологічні питання аналізу факторів та резервів росту ефективності використання основного капіталу в хлібопекарській промисловості 264

ПЕРЕДМОВА

Предметом наукових досліджень, результати яких висвітлено в монографії, стали соціально-економічні явища та процеси, що відбуваються в Україні, окремих її регіонах і, зокрема, в Одеській області.

Результати наукових досліджень, спрямованих на вдосконалення статистичних методів аналізу та прогнозування соціально-економічних процесів, є базою для розробки нових методичних підходів у статистичному аналізі, пов'язаних із переходом економіки країни до ринкових відносин.

Основними завданнями дослідження були:

– методологічні підходи та практичні розрахунки процесів відтворення населення в регіоні;

– оцінка стану малого і середнього бізнесу;

– статистичне дослідження пропорційності розвитку економіки та оцінювання впливу окремих видів діяльності;

– дослідження інвестиційної діяльності та конкурентоспроможності підприємств.

Перший розділ досліджень присвячений проблемам статистичного оцінювання людського розвитку. Так, на основі аналізу загальнодержавних тенденцій демографічного розвитку виявлені регіональні особливості демографічних процесів. Проаналізована динаміка та структура життєвого потенціалу населення на регіональному рівні та на основі запропонованої методики проведена оцінка впливу окремих факторів на зміну життєвого потенціалу населення.

Одним з важливих індикаторів якості життя є рівень споживання туристичних послуг. Розвиток туризму сприяє покращенню здоров'я людини, підвищенню рівня освіти, він гармонізує відносини між різними країнами, народами, сприяє збереженню навколишнього середовища. Проте вагомість туризму для національної економіки є нечітко визначеною. У даній роботі розглянуто напрямки оцінювання обсягу туристичної діяльності та основного елементу туристичної інфраструктури - підприємств готельного господарства.

У другому розділі роботи проведено аналіз процесів відтворення та взаємовідносин між секторами економіки. Продемонстровано роль системи національних рахунків для характеристики потоків товарів і послуг, виявлення макроекономічних пропорцій, прогнозування економічних процесів.

Гроші й грошовий обіг відіграють провідну роль у функціонуванні ринкової економіки, бо саме вони є факторами зростання виробництва та споживання і національної економіки в цілому. Тому узагальнення досвіду аналізу грошової маси, особливо статистичного, є актуальним та сучасним у будь-яких умовах. У дослідженні опрацьовані методологічні підходи та запропоновані практичні рекомендації щодо виявлення належності управління грошово-кредитного ринку України до однієї з основних моделей управління економікою, а саме кейнсіанства чи монетаризму за допомогою кореляційно-регресійного аналізу та індексного методу.

Статистичне дослідження прямих іноземних інвестицій в Україну є своєчасним та актуальним, оскільки інвестиції багатогранно впливають на розвиток економіки. У статистичному дослідженні надається оцінка об'єктивно існуючих взаємозв'язків між параметрами, які характеризують інвестиційні процеси в Україні за 1996-2010 роки та виявляються фактори, які впливають на обсяг іноземних інвестицій, за допомогою авторегресійного факторного аналізу, здійснюється прогноз прямих іноземних інвестицій. Проведено статистичне оцінювання інвестиційної привабливості регіонів України допомогою багатовимірних статистичних методів.

У третьому розділі роботи запропоновані методи та моделі оцінювання рівня розвитку малого підприємництва. Проаналізовано розвиток малого підприємництва Одеської області. Зокрема, проранжовані райони Одеської області за рівнем розвитку малого бізнесу, виявлені фактори, що стримують розвиток малих підприємств та побудовані моделі ефективної діяльності малих підприємств. Надані пропозиції щодо покращення умов функціонування малих підприємств.

Авторами складових частин колективної монографії є:

1.1 – канд. економічних наук, проф. А.З. Підгорний, канд. екон. наук, К.В.Вітковська

1.2 – канд. екон. наук, доцент О.Г. Милашко, канд. екон. наук, доцент О.П. Русєва;

2.1 – канд. екон. наук, доцент Т.В. Погорєлова, ст.науковий співробітник Т.С. Корольова;

2.2 – канд. екон. наук, доцент О.Г. Милашко;

2.3 – канд. екон. наук, доцент Т.В. Погорєлова;

3.1 – д-р екон. наук, професор О.Г. Янковий;

3.2 – канд. екон. наук, доцент К.Д. Семенова;

3.3 – канд. екон. наук, доцент О.В. Самотоєнкова;

3.4 – канд. екон. наук, доцент Ю.О. Ольвінська;

3.5 – канд. екон. наук, доцент О.І. Яшкіна;

3.6 – канд. екон. наук, І.Г. Готліб.

Наприкінці хочеться висловити щиру подяку рецензентам даної наукової праці, професорам за ретельне відношення до викладеного матеріалу, цінні зауваження та поради, які сприяли суттєвому покращенню колективної монографії.

Канд. екон. наук, професор
А.З.Підгорний

1.2 СТАТИСТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНЮВАННЯ СТАНУ ТА РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ

Рівень споживання туристичних послуг є одним з важливих індикаторів якості життя. Розвиток туризму сприяє покращенню здоров'я людини, підвищенню рівня освіти, він гармонізує відносини між різними країнами, народами, сприяє збереженню навколишнього середовища.

У той же час туризм займає вагоме місце в формуванні валового внутрішнього продукту, платіжного балансу, забезпечує додаткові робочі місця. Туристична діяльність стимулює розвиток таких видів економічної діяльності, як транспорт, готелі та ресторани, роздрібна торгівля, харчова промисловість, будівництво, зв'язок, страхування, фінансове посередництво, діяльність у сфері відпочинку і розваг, культури та спорту, сприяє міжнародному співробітництву [1].

Проте вагомість туризму для національної економіки є нечітко визначеною. У загальній кількості спожитих у певному періоді товарів і послуг неможливо виокремити частку, що припадає лише на споживання туристів, частку, яка забезпечена лише завдяки туристичній діяльності і яка залежить тільки від грошових витрат туриста. Ця проблема висвітлюється в розробках Всесвітньої туристичної організації, вона є об'єктом дослідження багатьох вітчизняних та зарубіжних учених [2-8]. У даній роботі будуть розглянуті напрямки оцінювання обсягу туристичної діяльності.

Сферою туризму, в якій майже 100 % припадає на споживання саме туристів, є готельне господарство. На сьогодні найгострішими проблемами, що гальмують розвиток готельного господарства, є недостатня кількість готелів унаслідок бар'єрів входження на ринок готельних послуг України, невідповідність цін рівню якості готельних послуг, відсутність розвинутої та офіційно облікованої мережі альтернативних засобів розміщення, низький рівень конкуренції на готельному ринку внаслідок відсутності корпоративних стандартів управління якістю готельних послуг, недостатня кількість та неналежний рівень підготовки кадрів для готельного господарства, обмеженість практики використання електронних та автоматизованих систем бронювання готельних номерів та новітніх технологій у процесі здійснення обслуговування в готелях та інших закладах розміщення [9]. З огляду на це, виникає необхідність будівництва і реконструкції підприємств готельного господарства, суттєвого поліпшення забезпечення потреб споживачів у різноманітних готельних послугах, підвищення ефективності діяльності готельних підприємств. Це можливо лише на основі комплексного аналізу стану та розвитку готельного господарства регіону. Такий аналіз буде продемонстровано в другій частині роботи.

В основу практично всіх досліджень як внутрішнього, так і міжнародного туризму полягають статистичні дані. На сьогодні статистика туризму охоплює величезне коло питань. Статистичні дослідження проводять для того, щоб виявити, як туризм впливає на економіку країни, на платіжний баланс, а також для виявлення основних напрямків та тенденцій розвитку туризму для планування його матеріально-технічної бази, проведення маркетингових досліджень та просування продукту до потенційних споживачів. Тому питання статистичного обліку є одними з центральних у вивченні сфери туризму.

Статистика туризму має давати кількісну оцінку всім явищам та процесам у відповідній сфері. Тому на неї покладено такі завдання:

- організація та проведення статистичного спостереження в туризмі;
- удосконалення системи показників у цій сфері;
- аналіз динаміки та структури туристських потоків;
- аналіз забезпеченості туризму матеріальними, фінансовими, трудовими ресурсами;
- аналіз розвитку туристської інфраструктури: засобів з розміщення туристів, харчування, транспортних засобів та ін.;
- аналіз фінансового стану підприємств туризму;
- аналіз доходів і витрат міжнародного туризму;
- аналіз внеску туризму в економіку країни.

Основними напрямками статистичних досліджень туризму є:

1. Іноземний (в'їзний) туризм. При вивченні іноземного туризму за допомогою статистичних методів дослідження має підраховуватися кількість іноземних туристів, здійснюватися їх розподіл за країною походження, тривалістю перебування, обсягом витрат цих туристів. Особлива увага має приділятися методам вивчення економічного впливу іноземного туризму.
2. Зарубіжний (виїзний) туризм. Завданнями статистичного дослідження виїзного туризму є, перш за все, обчислення кількості зарубіжних туристів, їх розподіл за країнами, до яких зарубіжні туристи виїжджають, вивчення їх структури за тривалістю перебування, за обсягом витрат цих туристів.
3. Внутрішній туризм. У результаті статистичного вивчення внутрішнього туризму має бути підраховано кількість внутрішніх туристів, обсяг витрат цих туристів, і, головне, економічний вплив внутрішнього туризму.
4. Туристична індустрія. Завданнями статистичного дослідження індустрії туризму є визначення кількості пов'язаних з туризмом закладів (готелів, санаторіїв, туристичних підприємств тощо), місткості їх, категорійності, завантаженості. Важливим є питання оцінювання економічного внеску цих закладів у економіку регіону.

Будь-яке статистичне дослідження проводять у три етапи. Першим етапом є збирання інформації, яке здійснюється методом статистичного спостереження. На другому етапі проводять статистичне зведення матеріалів спостереження. Далі, на третьому етапі, результати зведення мають бути проаналізовані.

Важливим елементом першого етапу є визначення об'єкту спостереження. В сфері туризму об'єктами статистичного спостереження можуть бути:

- міжнародні відвідувачі;
- внутрішні відвідувачі;
- цілі та тривалість перебування або поїздки;
- перевезення відвідувачів, включаючи екскурсії;
- надання послуг відвідувачам;
- доходи, які отримують від діяльності, пов'язаної з туризмом;
- обсяги наданих послуг за видами економічної діяльності;
- зайнятість у сфері туризму;
- інвестиції в сферу туризму;
- наукові дослідження в сфері туризму.

Об'єкт спостереження як сукупність складається з окремих елементів – одиниць спостереження. Вибір одиниць спостереження залежить від цілей дослідження. Наприклад, одиницями спостереження при дослідженні пропозицій в сфері туризму можуть бути:

- підприємства, які виробляють продукцію для сфери туризму;
- будівельні організації, які здійснюють будівництво об'єктів туризму;
- підприємства оптової та роздрібної торгівлі;
- засоби розміщення туристів;
- засоби транспорту за видами;
- туристичні агентства, туроператори;
- організації фінансового посередництва;
- органи державного управління;
- підприємства з організації відпочинку, розваг і культури;
- навчальні заклади;
- інші підприємства й організації, що надають послуги в сфері туризму;
- домашні господарства.

Важливим кроком проведення статистичного спостереження є визначення організаційної форми його здійснення. Основними організаційними формами статистичного спостереження, які використовуються в статистиці туризму, є звітність і спеціально організовані спостереження.

Розробкою форм державної статистичної звітності в туризмі займається Державна служба статистики України. Методи збору й обробки, методологія

обчислення статистичних показників, що затверджені Державною службою статистики, є офіційними статистичними стандартами країни. Ці стандарти забезпечують використання даних державної статистики для прийняття управлінських рішень зацікавленими користувачами, порівнянність показників вітчизняної та міжнародної статистики.

У таблиці 1 подано назву органу, що здійснює статистичне спостереження, та номер й найменування основних форм статистичної звітності в туризмі.

Таблиця 1

Державна статистична звітність у туристичній діяльності

Назва органу, що здійснює статистичне спостереження	Номер та найменування статистичної форми
Адміністрація Державної прикордонної служби України	№ 3-ПВУ “Зведений звіт про іноземців, які в’їхали до України”
Адміністрація Державної прикордонної служби України	№ 2-ПВУ “Зведений звіт про виїзд громадян України за кордон”
Адміністрація Державної прикордонної служби України	№ 1-ПВУ “Зведений звіт про пропуск осіб та транспортних засобів через державний кордон України”
Державна туристична адміністрація України	№ 1-ТУР “Звіт про діяльність туристичної організації”
Державна служба статистики України	№ 1-готель “Звіт про роботу готелю”
Державна служба статистики України	№ 1-ОТ “Звіт дитячого оздоровчого закладу (табору)
Державна служба статистики України	№ 8-НК “Звіт про роботу музею”
Державна служба статистики України	№ 1 послуги “Звіт про обсяги реалізованих послуг”
Державна служба статистики України	№ 1-курорт “Звіт санаторно-курортного (оздоровчого) закладу”

Спеціально організовані спостереження стосуються сфер життя та діяльності, що не охоплюються звітністю (перепис, опитування, спеціальні обстеження).

Розрізняють суцільне спостереження (обстеження всіх одиниць сукупності) та несуцільне (обстеження певної кількості одиниць сукупності).

Прикладом суцільного спостереження в туризмі є статистична звітність щодо діяльності турфірм, засобів розміщення, санаторіїв та інших закладів відпочинку.

Несуцільне спостереження, в свою чергу, поділяється на такі види: вибіркове, основного масиву, монографічне, анкетне, моніторинг.

Вибірковий метод, відповідно до якого реєструється лише деяка частина одиниць сукупності, відібрана у випадковому порядку, використовується в туризмі при вивченні витрат домогосподарств на оплату туристських, екскурсійних, санаторно-оздоровчих послуг та послуг готелів, а також при аналізі наявних доходів домогосподарств.

Обстеження основного масиву, тобто обстеження переважної частини одиниць сукупності, що відіграють визначальну роль у характеристиці об'єкта спостереження, разом із вибірковим, використовується при вивченні витрат домогосподарств, а також туристських фірм, які мають статус малих підприємств.

Монографічне обстеження, яке передбачає ретельне обстеження окремих типових одиниць сукупності з метою їх досконалого вивчення, може бути проведене в турфірмах, які мають власні засоби розміщення, спортивні споруди, спеціальний туристський транспорт.

Широко використовується в туризмі анкетне спостереження. Так, анкети заповнюють внутрішні, виїзні та в'їзні відвідувачі для визначення обсягу туристичних витрат в Україні та за кордоном.

Спеціально організованим систематичним спостереженням за станом явищ чи процесів, що вивчаються, є моніторинг. У туризмі прикладом такого виду несуцільного спостереження є моніторинг туристопотоку в певний регіон.

У результаті статистичного спостереження за явищами та процесами в туризмі ми отримуємо дані щодо окремих одиниць сукупності – окремих підприємств з розміщення туристів, окремих відвідувачів, окремих видів туристичних послуг. Ціллю статистичного дослідження є виявлення закономірностей, які притаманні явищу в цілому. Для цього необхідно здійснити другий етап дослідження – зведення та групування даних спостереження.

У широкому розумінні зведення включає розробку програми систематизації первинного статистичного матеріалу, перш за все, за допомогою системи показників та групування.

Одним з елементів зведення є визначення системи показників, за допомогою яких можна буде далі кількісно оцінити явище та виявити закономірності та тенденції його розвитку. Основними показниками статистики туризму в Україні є:

Іноземного туризму:

- кількість іноземних відвідувачів (млн. осіб),
- кількість іноземних туристів (млн. осіб).

Внутрішнього туризму:

- кількість внутрішніх туристів (млн. осіб).

Зарубіжного туризму:

- кількість зарубіжних відвідувачів (млн. осіб),
- кількість зарубіжних туристів (млн. осіб).

Екскурсійної діяльності:

- кількість екскурсантів (млн. осіб).

Туристичної індустрії:

- кількість суб'єктів галузі туризму (одиниць).

Зайнятості в туризмі:

- чисельність працівників галузі туризму (тис. осіб).

Економічні показники туризму:

- обсяг туристського споживання (млрд. грн.)
- обсяг послуг, наданих підприємствами сфери туризму (млрд. грн.).

Найважливішою частиною зведення, крім визначення системи показників, є групування – розподіл одиниць сукупності на групи за значущими ознаками. В туризмі, наряду з групуванням, велике значення приділяється класифікаціям. Класифікація являє собою розподіл елементів сукупності на групи за певними, в основному, атрибутивними ознаками. Такий розподіл розглядається як статистичний стандарт та затверджується міжнародними та вітчизняними статистичними органами. Ознаки, що покладені в основу класифікації, залишаються незмінними потягом тривалого періоду часу.

Для виміру впливу туризму на економіку регіону, для здійснення статистичних порівнянь на міжнародному та національному рівнях Всесвітньою туристичною організацією (ВТО) та Статистичною комісією ООН розроблено визначення, класифікації й групування в сфері статистики туризму.

1937 р. Лігою Націй було введено поняття "міжнародний турист". З цього часу Всесвітня туристична організація й Організація об'єднаних націй уніфікували визначення, класифікації, групування в статистиці туризму. 1991 р. в Отаві на конференції зі статистики туризму, що проводила ВТО, було затверджено й рекомендовано для використання в інших країнах систему статистичних визначень, класифікацій й групувань у сфері статистики туризму. На цій конференції було підкреслено необхідність узгодження понять у сфері туризму із системою національних рахунків.

Розробка ВТО й ООН системи понять, яка характеризує туристську діяльність, відвідувачів, мету відвідання, умови поїздки та перебування, сприяла розвитку міжнародної статистики туризму. Багато з цих понять уведені Державною службою статистики України у форми статистичної звітності країни.

З часом поняття "міжнародний турист" трансформувалося в поняття "відвідувач". Сьогодні відвідувач є одиницею спостереження в туризмі, бо результати саме його діяльності оцінює статистика туризму на мікро- та макрорівні. Інші категорії, запропоновані ВТО, (мандрівник, міжнародний відвідувач, внутрішній відвідувач та інші) розглядатимуться далі.

Модель поведінки відвідувачів, їх потреби й витрати залежать від віку, освіти, доходів, статі, соціального статусу.

Для дослідження взаємозалежності факторів туристичної діяльності ВТО пропонує такі класифікації й групування [7]: за віком, за часом перебування й тривалості поїздки, за освітою, за професією, за статусом зайнятості.

Статистики Всесвітньої туристичної організації пропонують такі групування за віком:

- діти, що подорожують зі своїми родичами (0-14 років),
- молодь, що подорожує наодинці або в групі однолітків (15-24 роки),
- молоді люди, економічно активні, як правило такі, що подорожують із сім'єю (25-44 роки),
- люди середнього віку, економічно активі, що подорожують в основному без дітей (45-64 роки),
- пенсіонери (65 років і старше).

У зв'язку з тим, що вартість туристських послуг для дітей має іншу величину, ніж для дорослих, а також тому, що рівень знижок залежить від віку дітей, розглядаються такі вікові групи: до 1 року, 1-5 років, 6-11 років, 12-14 років.

У категорії відвідувачів, вік яких від 25 до 44 років, також здійснюють більш детальне групування: 25-29 років, 30-34 роки, 35-39 років, 40-44 роки.

Групування відвідувачів за часом перебування та тривалістю поїздки допомагає розраховувати середні показники тривалості поїздок і перебування туристів, виявляти зв'язок між часом поїздки та іншими ознаками, наприклад, роботою засобів розміщення, транспорту. Схожа інформація допомагає планувати роботу туристських підрозділів, складати оптимальну програму турів.

Статистики ВТО пропонують також використовувати кількісні групування за часом для одноденного перебування і для перебування з ночівлями. Одноденне перебування вимірюється в годинах, перебування з ночівлями – кількістю проведених ночівель.

Класифікація тривалості одноденних відвідувань містить у собі такі групи: до 3 годин, 3-5 годин, 6-8 годин, 9-11 годин, 12 і більше годин.

Класифікація тривалості відвідувань із ночівлями передбачає такий розподіл часу перебування: 1-3 ночівлі, 4-7 ночівель, 8-28 ночівель, 29-91 ночівля, 92-395 ночівель.

Групування відвідувачів за освітою передбачає такі рівні: незавершене початкове, завершене початкове, завершене середнє, завершене професійно-технічне, завершена вища освіта.

Групування відвідувачів за професією має відношення тільки до економічно активних відвідувачів таких, як: законодавці, керівники; спеціалісти; техніки та спеціалісти середньої ланки; службовці; працівники торгівлі й сфери обслуговування; працівники сільського й рибного господарства; робітники виробничих підприємств; некваліфіковані робітники; військовослужбовці.

Групування за статусом у зайнятості передбачає такі групи: економічно активне населення (зайняті та безробітні); економічно неактивне населення (студенти, домогосподарки, рантьє тощо).

Третім етапом будь–якого дослідження в сфері туризму є аналіз отриманих результатів зведення і групування. Він здійснюється за допомогою цілої низки статистичних методів, у тому числі, методу узагальнюючих статистичних показників, динамічних рядів, індексного методу, методів вивчення взаємозв'язків факторів туристичної діяльності.

Факторами розвитку туризму є як природно географічні, політичні, вплив яких статистичними методами оцінити важко, так і фактори, вплив яких можна оцінити за допомогою методів статистики. До них належать:

- демографічні фактори (зміна загальної чисельності, у тому числі чисельності міського населення як одного з основних споживачів послуг туризму, зміна статевої та вікової структури населення),
- соціально-економічні фактори (зміна доходів населення, зміна вартості витрат на послуги туризму (збільшення тарифів на транспортні послуги, енергоносії, харчування), зростання тривалості вільного часу, тривалості відпусток, зростання рівня освіти і т. ін.),
- матеріально-технічні фактори (пов'язані з розвитком засобів з розміщення, транспорту, підприємств харчування, роздрібної торгівлі, тобто інфраструктури туризму).

Однією з основних задач статистики туризму є дослідження напрямків оцінювання обсягу туристичної діяльності.

З точки зору статистичного обліку підприємствами туристичної галузі вважаються:

- сукупність суб'єктів туристичної галузі, до яких належать підприємства, організації будь-якої форми власності, або фізичні особи-підприємці, які мають ліцензію на здійснення туристичних послуг (турагенти, туроператори),
- санаторно-курортні заклади,
- готелі й інші місця для короткотермінового проживання.

Виходячи з даної класифікації підприємств, що належать безпосередньо до сфери туризму, статистика туризму розраховує такі показники туристичної діяльності:

- загальна кількість суб'єктів галузі туризму (сума кількості діючих суб'єктів туристичної діяльності, кількості готелів та інших місць для короткотермінового проживання, кількості санаторно-курортних закладів) (таблиця 2),
- чисельність працівників галузі туризму (сума чисельностей працівників вище перелічених підприємств) (таблиця 3),
- обсяг послуг, наданих підприємствами сфери туризму (сума обсягів послуг, наданих суб'єктами туристичної діяльності, доходів від експлуатації готелів та інших місць для короткотермінового проживання та продажної вартості всіх путівок санаторно-курортних закладів) (таблиця 4).

Останній показник, обсяг послуг, наданих підприємствами сфери туризму, підкреслимо це ще раз, відображає результати діяльності лише підприємств, безпосередньо пов'язаних з наданням туристичних послуг. Зрозуміло, що потреби туристів задовольняють також підприємства транспорту, торгівлі, культури та багато інших, які, з точки зору статистичного обліку, належать до інших галузей економіки.

Таблиця 2

Показники туристичної індустрії

Назва показника	Умовна позначка	Джерело інформації, формула
Кількість діючих суб'єктів туристичної діяльності	$C^{орг}$	№ 1-ТУР
Кількість готелів та інших місць для короткотермінового проживання	$C^{гот}$	№ 1-готель
Кількість санаторно-курортних закладів	$C^{сан}$	№ 1-курорт
Кількість суб'єктів галузі туризму	C	$C^{орг}+C^{гот}+C^{сан}$
Кількість дитячих оздоровчих закладів (Довідковий показник)	$C^{діт}$	№ 1-ОТ
Кількість місць у санаторно-курортних закладах	$M^{сан}$	№ 1-курорт
Коефіцієнт завантаження санаторно-курортних закладів	$З^{сан}$	№ 1-курорт
Кількість місць у дитячих оздоровчих закладах	$M^{діт}$	№ 1-ОТ

Таблиця 3

Показники зайнятості в туризмі:

Назва показника	Умовна позначка	Джерело інформації, формула
Чисельність працівників суб'єктів туристичної діяльності	$Ч^{орг}$	№ 1-ТУР
Чисельність працівників готелів та інших місць для короткотермінового проживання	$Ч^{гот}$	№ 1-готель
Чисельність працівників санаторно-курортних закладів	$Ч^{сан}$	№ 1-курорт
Чисельність працівників галузі туризму	$Ч^{тур}$	$Ч^{орг}+Ч^{гот}+$ $+Ч^{сан}$
Чисельність працівників дитячих оздоровчих закладів (Довідковий показник)	$Ч^{діт}$	№ 1-ОТ

Таблиця 4

Показники обсягу послуг, наданих підприємствами туризму:

Назва показника	Умовна позначка	Джерело інформації, формула
Обсяг послуг, наданих суб'єктами туристичної діяльності	$O^{орг}$	№ 1-ТУР
Доходи від експлуатації готелів та інших місць для короткотермінового проживання	$O^{гот}$	№ 1-готель
Сума продажної вартості всіх путівок санаторно-курортних закладів	$O^{сан}$	№ 1-курорт
Обсяг послуг, наданих підприємствами сфери туризму	$O^{тур}$	$O^{орг}+O^{гот}+O^{сан}$
Сума продажної вартості всіх путівок дитячих оздоровчих закладів (Довідковий показник)	$O^{діт}$	№ 1-ОТ

Як же вирішується проблема визначення вагомості туризму для національної економіки, враховуючи туристичне споживання в цілому?

За рекомендаціями Всесвітньої туристичної організації для виявлення повного обсягу вироблених послуг туризму доцільно складати баланс виробництва та використання послуг туризму [4] (таблиця 5).

Зрозуміло, що А = Б. Тому до розрахунку загального обсягу туристичної діяльності можна підійти з двох боків.

Таблиця 5

Баланс виробництва та використання послуг туризму

А. Виробництво	Умовна позначка	В.Використання	Умовна позначка
Випуск послуг туризму (відповідно статистичному обліку)	А1	Витрати на кінцеве споживання послуг туризму резидентами країни	В1
Випуск послуг інших галузей, пов'язаних з туризмом	А2	Витрати на споживання послуг туризму нерезидентами (надходження, пов'язані з іноземним туризмом)	В2
Усього за статтею "Виробництво"	А	Усього за статтею "Використання"	В

По-перше, можна обчислити загальний обсяг послуг, наданих туристам як підприємствами туристичної галузі, так і підприємствами, що належать до інших сфер діяльності, але пов'язаних з туризмом.

По-друге, загальні витрати споживачів туристських послуг, як резидентів, так і нерезидентів, теж будуть характеризувати повний обсяг вироблених послуг даної сфери діяльності.

Почнемо з методики визначення загального обсягу туристської діяльності на основі інформації про витрати на споживання. Для цього спочатку пояснимо деякі принципи та категорії міжнародної статистики туризму.

Методика ґрунтується на принципі врахування споживчих витрат кожного з відвідувачів країни (регіону), незалежно від мотивації поїздки, оскільки кожен відвідувач витрачає певні грошові кошти протягом перебування у країні (регіоні), споживаючи товари та послуги різних галузей економіки [2].

Статистика туризму має врахувати кожного відвідувача, бо саме він є суб'єктом туристського споживання. Обліком відвідувачів займається статистика туристопотоку.

Класифікація показників туристопотоку ґрунтується на трьох важливих характеристиках туристичної діяльності, а саме – видах туризму, одиницях спостереження в туризмі, цілях поїздки.

Види туризму (іноземний (в'їзний), зарубіжний (виїзний), внутрішній туризм) визначають напрямки туристопотоку і, таким чином, дають назву його показникам.

Одиницею спостереження в туризмі є відвідувач. Відвідувач – це будь-яка особа, що здійснює поїздку в місце (країну), яке знаходиться за межами її звичайного середовища, на термін, що не перевищує один рік підряд, з метою, яка не спричиняє діяльність, що оплачується з джерел, які знаходяться у місці відвідування. Тому сезонні робітники, емігранти не вважаються відвідувачами, оскільки займаються діяльністю, оплачуваною з джерела у місці відвідування.

Відвідувачі поділяються на дві категорії: туристи та одноденні відвідувачі. Турист – відвідувач, перебування якого складає як мінімум одну ночівлю у відвідуваному місці. Одноденний відвідувач – відвідувач, перебування якого у місці відвідання менше ніж 24 години і при цьому не включає жодної ночівлі у відвідуваному місці.

До одноденних відвідувачів належать:

- круїзні пасажири – особи, що прибувають у певну країну на круїзних суднах і які ночують на борту судна, навіть, якщо вони сходять на берег для екскурсій або в інших приватних справах;
- екіпажі транспортних засобів**,** члени яких є іноземними особами, тобто не є резидентами відвідуваної країни, і перебувають у даній країні протягом дня;
- транзитні відвідувачі**,** які без здійснення ночівлі в закладі розміщення прямують територією даної країни до свого місця призначення в іншій країні.

До інших мандрівників, які не зараховуються до числа туристів, відносять:

- прикордонних працівників;
- тимчасових та постійних іммігрантів;
- кочівників;
- транзитних пасажирів, які не залишають транзитної зони;
- біженців;
- військовослужбовців;
- консульських робітників;
- дипломатів.

Спеціалістами Всесвітньої туристичної організації складено анкету для відокремлення відвідувачів зі складу мандрівників [7], яку представлено в таблиці 6. У випадку, якщо один або більше відповідей відмічаються в останній графі, опитувана особа не є відвідувачем і опитування завершується.

Щодо мети відвідування, то за рекомендаціями Всесвітньої туристичної організації виділяють службову мету відвідування, організований туризм та приватну мету. Службова мета відвідування стосується службових відряджень, у тому числі, для участі в роботі конференцій, конгресів, ярмарків; виступів з лекціями, концертами. При організації таких поїздок туристичні послуги часто замовляються відвідувачем безпосередньо у їх виробника без залучення суб'єкта туристичної діяльності – посередника. Організований туризм передбачає поїздки (індивідуальні або колективні), які, як правило, мають пізнавальний, рекреаційно-оздоровчий або розважальний характер. Приватна мета відвідування стосується індивідуальної поїздки, організованої відвідувачем самостійно, без залучення туристичного підприємства для організації подорожі: поїздки для відвідання знайомих і родичів, участі в обрядових заходах, паломництво, отримання послуг з лікування.

Таблиця 6

Анкета для відокремлення відвідувачів
зі складу міжнародних мандрівників

Питання	Варіант відповіді	
Для даного відвідування я виїхав з району, в якому живу й працюю	Так	Ні
Моя діяльність оплачується у ході мандрівки організацією або фізичною особою, які знаходяться в цій країні	Ні	Так
Моя мандрівка в цій країні тривала більше ніж один рік	Ні	Так
Я є транзитний пасажир	Ні	Так
Я військовослужбовець, прямую до місця служби (або член родини, або прислуга)	Ні	Так
Я дипломат чи співробітник дипломатичного представництва, прямую до місця служби (або член родини, або прислуга)	Ні	Так

Статистичну інформацію щодо розміру туристичних потоків отримують на кордоні, у місцях перебування туристів, у інших підприємствах сфери туризму. Крім того, проводять спеціальні вибіркові обстеження, опитування колишніх або потенційних туристів у місцях їхнього постійного мешкання, здійснюють експертні оцінки.

У таблиці 1 подано назву органу, що здійснює статистичне спостереження за туристопотоками. Таким чином, збір інформації щодо туристичних потоків здійснюється різними органами. Єдиної служби, яка б проводила загальне дослідження інтенсивності динаміки, структури туристопотоків, структурних зрушень за окремими напрямками, немає.

На кордоні збором даних опікується Адміністрація Державної прикордонної служби України. Форми статистичної звітності № 3-ПВУ "Зведений звіт про іноземців, які в'їхали до України" та № 2-ПВУ "Зведений звіт про виїзд громадян України за кордон" стосуються іноземного (в'їзного) та зарубіжного (виїзного) туризму.

Інформація, що міститься у даних формах, висвітлює:

- кількість іноземних туристів (являє собою суму кількості іноземних громадян, які в'їжджали в Україну з метою здійснення службової поїздки, з метою організованого туризму та з метою здійснення приватної поїздки);
- кількість іноземних одноденних відвідувачів,
- кількість іноземних відвідувачів (являє собою суму кількості іноземних туристів та іноземних одноденних відвідувачів);
- кількість зарубіжних туристів (являє собою суму кількості громадян України, які виїжджали за кордон у службову поїздку, з метою організованого туризму та з приватною метою);
- кількість зарубіжних одноденних відвідувачів (являє собою кількість громадян України, які виїжджали за кордон у якості обслуговуючого персоналу);
- кількість зарубіжних відвідувачів (являє собою суму кількості зарубіжних туристів та зарубіжних відвідувачів).

Розрахунок кількості внутрішніх туристів здійснюється за даними звітів підприємств туризму, а саме за даними форм № 1-ТУР, № 1-готель, № 1-курорт, № 1-ОТ, № 8-НК.

Кількість внутрішніх туристів складають громадяни України, які здійснюють поїздки Україною за межі їх звичайного середовища терміном, що не перевищую 12 місяців, і які здійснюють щонайменше одну ночівлю у відвідуваному місці. Загальна кількість внутрішніх туристів розраховується як сума:

- кількості громадян України, яких обслуговано в готелях та інших об'єктах для короткотермінового проживання;
- кількості громад України, які обслуговані санаторно-курортними закладами;

- кількості громадян України, які розміщені в приватних засобах розміщення;
- кількості дітей, які відпочивали влітку.

Крім того, форми звітності дають інформацію щодо кількості ночівель (туро-днів, ліжко-днів, людино-днів). Під ночівлею розуміють одну добу, яку провів один турист у місці призначення.

На обсяги витрат туристів, крім кількості, впливає тривалість їх перебування. У свою чергу, тривалість залежить від мети відвідання, категорії відвідувачів та інших факторів. Тому середню тривалість перебування розраховують за окремими категоріями відвідувачів.

Середня тривалість перебування певної категорії туристів (іноземних, внутрішніх, зарубіжних) визначається залежно від загальної чисельності їх ночівель у засобах розміщення різних типів і обчислюється, виходячи зі статистичних даних, що подаються засобами розміщення, суб'єктами туристичної діяльності, або визначається експертною оцінкою у випадках, коли не ведеться облік тривалості перебування відвідувачів (так, за даними звітів державної прикордонної служби показник розрахувати неможливо, бо немає відомостей щодо кількості ночівель).

У загальному вигляді середня тривалість перебування (T, днів) обчислюється:

$$T = \frac{КН(туро-днів, ліжко-днів, людино-діб, людино-днів)}{КТ},$$

де $КН$ – кількість ночівель,

$КТ$ – кількість туристів

Розрахований на підставі статистичних даних, визначений експертною оцінкою або шляхом статистичного анкетування відвідувачів показник середньої тривалості перебування певної категорії відвідувачів, використовується як нормативний для визначення обсягів туристського споживання, надходжень від певного виду туризму.

Для розуміння методики визначення загальних витрат споживачів туристських послуг необхідно висвітлити категорію *туристське споживання*. Воно являє собою споживання вироблених різними галузями економіки товарів і послуг для задоволення потреб туристів. Окремо розглядають внутрішнє (охоплює споживання відвідувачів-резидентів у межах економічної території даної країни), іноземне (охоплює споживання відвідувачів нерезидентів у межах економічної території даної країни) та зарубіжне (охоплює споживання відвідувачів-резидентів за межами економічної території даної країни) туристське споживання.

Туристське споживання у вартісному вимірі складається з сукупності туристських витрат. Туристські витрати – споживчі витрати відвідувача, які пов'язані із забезпеченням його потреб як туриста, і здійснені ним (або від його імені) перед, протягом та після поїздки.

Головні туристські витрати включають:

- Комплексні тури (пакет послуг).
- Послуги з розміщення (короткотермінового проживання).
- Харчування та напої.
- Послуги пасажирського транспорту.
- Екскурсійне обслуговування.
- Послуги перекладача.
- Організаційні послуги туроператора, турагента.
- Рекреаційні, культурні, розважальні, спортивні заходи.
- Придбання сувенірної продукції, фототоварів, відвідання магазинів.
- Страхування.
- Інші (у т. ч. фінансові послуги, оренда транспортних засобів тощо).

Загальний обсяг туристського споживання складається з:

- іноземного (в'їзного) туристського споживання,
- внутрішнього туристського споживання,
- зарубіжного (виїзного) туристського споживання.

Обсяг іноземного туристського споживання (надходження від іноземного туризму) складається зі споживчих витрат іноземних відвідувачів у країні відвідання. Він розраховується як сума обсягів споживчих витрат іноземних туристів, розподілених за метою відвідання та витрат одноденних відвідувачів. Зарубіжне туристське споживання аналогічно розподілене залежно від мети відвідування. Обсяг внутрішнього споживання розраховується за окремими категоріями туристів, що були розміщені в різних засобах для короткотермінового перебування.

Для кожної категорії відвідувачів для розрахунку їхнього туристського споживання може бути використана така модель:

$$O = K \times T \times B ,$$

де O – обсяг споживчих витрат відповідної категорії відвідувачів,
K – кількість відвідувачів даної категорії,
T – середня тривалість перебування відвідувача у місці відвідування,
B – середньодобові витрати відвідувача (визначаються методом експертних оцінок або спеціальним обстеженням відвідувачів).

Таким чином, у даній частині роботи представлений алгоритм розрахунку повного обсягу вироблених послуг туризму на основі статей використання балансу виробництва та використання послуг туризму.

Цей баланс, як було підкреслено вище, дає можливість розв'язати означену задачу також на підставі статей виробництва. Практично це означає визначити загальну вартість товарів і послуг, що споживають туристи.

Вище було перелічено підприємства туристичної галузі, послуги яких на 100 % споживають туристи. У Державному класифікаторі продукції і послуг України до таких послуг належать:

- послуги готелів (код ДКПП 55.12),
- послуги туристичних агентств і туроператорів; послуги екскурсоводів (код ДКПП 63.3),
- послуги санаторіїв та інших оздоровчих закладів з відновлення здоров'я (код ДКПП 85.11.14.200) [1].

Поряд з тим, у статистиці туризму існує така категорія як *характерні* туристські товари та послуги. Це товари та послуги, що підлягають статистичному обліку, та більша частина яких зникає або рівень споживання яких значно скоротиться за умови відсутності відвідувачів. На основі експертної оцінки на підставі рекомендацій Всесвітньої туристичної організації визначено характерні туристські товари і послуги та для кожного з них оцінено частку продаж, що припадає саме на туристське споживання. Наприклад:

- послуги громадського харчування (код ДКПП 55.3): частка продаж, що припадає на туристське споживання залежно від регіону 20 – 60 %,
- послуги залізниці з міжміського перевезення пасажирів (код ДКПП 60.10.1): до 80 %,
- послуги музеїв та послуги із збереження історичних місць і будівель (код 92.52.1): до 80 %,
- послуги з оптової торгівлі автомобільними фургонами та іншими туристськими транспортними засобами (код 50.10.13.000): до 50 % і т. ін.

Тобто на підставі даних про обсяги реалізації характерних туристських товарів і послуг та враховуючи частку продаж, що припадає саме на туристське споживання, можна обчислити повний обсяг вироблених послуг даної сфери діяльності.

Як зазначалося вище, одним з обов'язкових етапів розрахунку загального обсягу туристичної діяльності є обчислення середньодобових витрат окремих категорій відвідувачів. Задля цього в 2005 р. в Україні було розроблено Програму та з інтервалом у два роки проводилося статистичне спостереження відвідувачів у вигляді вибіркового опитування [6].

Було сформульовано мету спостереження, названі його об'єкт, одиниця спостереження, місце проведення та вирішені інші питання організаційного характеру.

Метою даного спостереження стало визначення обсягу туристичних витрат в Україні та за кордоном, а також визначення внеску туризму в загальну величину валового внутрішнього продукту України.

Об'єктами соціально-економічного обстеження стали туристичні потоки, які становлять сукупність відвідувачів певної категорії, а також окремі відвідувачі. Одиниця спостереження – відвідувач.

Щодо місця проведення опитування. Опитування внутрішніх туристів проводилося в санаторно-курортних, оздоровчих закладах та готелях; в'їзних та виїзних туристів - на пунктах пропуску через державний кордон України.

Залежно від виду туризму опитуванню підлягали такі особи:

– особи (громадяни України), які залишають санаторно-курортні та оздоровчі заклади, а також готелі (внутрішній туризм);

– особи (іноземці), які завершили свою подорож та виїжджають з України (в'їзний туризм);

– особи (громадяни України), які повертаються в Україну із-за кордону (виїзний туризм).

Опитуванню підлягали особи, що завершують подорож та можуть визначити обсяг своїх витрат, пов'язаних з поїздкою.

Щодо періоду проведення інтерв'ю. Роботи розпочиналися з моменту отримання інструментарію і проводилися протягом одного місяця. Відповідно до головної мети обстеження було сформовано інструментарій опитування до якого відносяться, перш за все, Анкета для Іноземного туризму (в'їзного туризму); Анкета для Внутрішнього туризму; Анкета для Зарубіжного туризму (виїзного туризму).

Принцип формування вибіркової сукупності. Для обстеження туристів та одноденних відвідувачів було сформовано загальнодержавну імовірнісну вибірку респондентів загальним обсягом 9934 осіб. Генеральну сукупність складали особи (туристи та одноденні відвідувачі резиденти та нерезиденти України), які споживали основні, додаткові та супутні туристичні послуги за основними видами туризму.

Для забезпечення репрезентативності результатів обстеження генеральна сукупність стратифікувалася за основними видами туризму: в'їзний, виїзний, внутрішній (таблиця 7). Розподіл вибірки за стратами здійснювався в цілому пропорційно чисельності туристів. Враховуючи існуючі проблеми з визначенням точної кількості внутрішніх туристів, розмір третьої страти було прийнято приблизно рівним розміру перших двох страт. У межах першої та другої страт (в'їзний, виїзний туризм) обстежувалися всі міжнародні пасажирські пункти пропуску через державний кордон України. По пунктах пропуску обсяг вибірки розподілявся пропорційно чисельності осіб, що перетинали кордон. У межах кожного пункту пропуску реалізувалася одноступенева процедура випадкового відбору респондентів.

Таблиця 7

Розподіл обсягу вибіркової сукупності за стратами

№ страти	Види туризму	Обсяг вибіркової сукупності, осіб.	Структура, %	Кількість інтерв'юерів, осіб.
1	В'їзний	3240	32,62	120
2	Виїзний	3294	33,16	122
3	Внутрішній	3400	34,22	136
Усього		9934	100,00	378

При спостереженні внутрішніх туристів обсяг вибірки розподілявся за регіонами з врахуванням даних щодо чисельності в них туристів. По кожному

регіону реалізувалася процедура трьохступеневого відбору. При цьому на першому етапі з імовірністю пропорційною оцінці чисельності туристів відбиралися населені пункти, в яких проводилося опитування. На другому етапі у відібраних населених пунктах з імовірністю пропорційною чисельності туристів відбиралися заклади (готелі, будинки відпочинку, оздоровчі заклади тощо). На третьому етапі по відібраних закладах реалізувалася процедура випадкового відбору респондентів.

Анкета для іноземного (в'їзного) туризму включала такі розділи:

- соціально-демографічна характеристика відвідувача;
- відомості щодо перебування відвідувача в Україні;
- організація подорожі та характеристика витрат перед від'їздом з країни місця проживання респондента;
- витрати в Україні.

Відповіді на питання першого розділу Анкети дали змогу після їх обробки здійснити розподіл іноземних відвідувачів та вивчити їх структуру за такими ознаками:

- за статтю;
- за віком;
- за країною постійного місця проживання;
- за кількістю осіб, які подорожували разом з відвідувачем;
- за видом транспорту, яким відвідувач передбачав залишити Україну;
- за типом маршруту (регулярний рейс, туристичний круїз або приватний транспорт).

Питання другого розділу Анкети стосувалися перебування відвідувачів в Україні та дали змогу в подальшому дослідженні сформувати групи відвідувачів за такими ознаками:

- за видом транспорту, яким респондент прибув в Україну;
- за типом маршруту;
- за наявністю або відсутністю ночівлі в Україні;
- за кількістю ночівель;
- для одноденних відвідувачів за головною метою одноденного візиту в Україну (службова поїздка, організований туризм, приватна подорож);
- для одноденний відвідувачів за більш детальною метою одноденного візиту до України (конференція, торговий ярмарок, ділові переговори, член екіпажу, канікули, покупки, культурна подія, спортивна подія, весільна подорож, відвідування родичів або друзів, лікування, релігія/паломництво, інше);
- за частотою приїзду до України одноденних відвідувачів (кожен день, один раз на тиждень, один раз на місяць, щоквартально, двічі на рік, один раз на рік, рідше);
- для туристів за головною метою візиту в Україну;

- для туристів за більш детальною метою візиту до України;
- за кількістю відвідувань України протягом останніх 12 місяців;
- за містом (регіоном) України, де турист мав ночівлі, за кількістю цих ночівель та місцем розміщення;
- за видами заходів, що здійснював відвідувач впродовж перебування в Україні (професійна діяльність, відвідування родичів, вивчення української мови, участь у культурних заходах, участь у виставках/фестивалях, участь у спортивних заходах, оглядові прогулянки пішки, відвідування музеїв, відвідування античних пам'яток, відвідування церков/костьолів, відвідування маленьких містечок, відвідування парків розваг, відвідування зоопарку, відвідування ринку, відвідування казино, походи по магазинам, водолікування, вечері в ресторанах, участь у нічному житті, паломництво, відпочинок на пляжі, веслування/віндсьорфінг, рибальство/мисливство, піші та вело походи, спортивні ігри, поїздки верхи, лижі, відвідування національного парку, інша діяльність);
- за видами транспорту, якими відвідувач протягом подорожі по Україні користувався найчастіше;
- за наявністю платежів, пов'язаних з купівлею пального у подорожі по Україні та сумою цих платежів.

Основним розділом Анкети для визначення витрат відвідувачів перед від'їздом з країни місця проживання респондента став третій розділ. Відповіді відвідувачів на питання цього розділу дозволили розподілити респондентів за такими суттєвими ознаками:

- за наявністю чи відсутністю туристичної путівки;
- за ціною, сплаченою за туристичну путівку в країні місця проживання відвідувача;
- за альтернативною ознакою: включає чи не включає путівка вартість проїзду транспортом за маршрутом поїздки;
- за альтернативною ознакою: включає чи не включає путівка вартість проїзду в межах України;
- за альтернативною ознакою: включає чи не включає путівка вартість розміщення і якщо «так», за послугами, які включено в цю вартість (усе включено; включено додаткові послуги; розміщення та сніданок; розміщення, сніданок та вечеря (обід); тільки розміщення);
- за альтернативною ознакою: включає чи не включає путівка вартість інших послуг і якщо «так», за послугами, які включено в цю вартість (гід-екскурсовод протягом усієї подорожі; екскурсії у супроводі гіда-екскурсовода; оренда автомобіля; страхові послуги; інші послуги);
- за альтернативною ознакою: чи здійснювали Ви в країні Вашого проживання платежі, не пов'язані з послугами туристичної фірми, але необхідні для організації подорожі, і якщо «так», за сумою цих платежів;

- за альтернативною ознакою: чи увійшли транспортні витрати до суми платежів, указаних Вами у відповіді на попереднє запитання і якщо «так», за сумою цих платежів;
- за альтернативною ознакою: чи включають транспортні витрати вартість проїзду в обидва кінці або тільки в один кінець за маршрутом поїздки і за сумою цих платежів;
- за альтернативною ознакою: чи увійшли транспортні витрати в межах України, і якщо «так», за сумою цих платежів;
- за альтернативною ознакою: чи увійшли витрати на розміщення до суми платежів, не пов'язаних з послугами туристичної фірми, і якщо «так», за сумою цих платежів;
- за альтернативною ознакою: чи увійшли витрати на інші послуги (оренда автомобіля, їжа та напої, гід-екскурсовод, оздоровчі послуги тощо) до суми платежів, не пов'язаних з послугами туристичної фірми, і якщо «так», за сумою цих платежів за кожним видом послуг.

Четвертий розділ Анкети присвячений витратам відвідувачів в Україні. Після обробки Анкети респондентів було розподілено на групи за такими ознаками:

- за сумою транспортних витрат в Україні;
- за сумою витрат на розміщення в Україні;
- за сумою витрат на інші послуги (оренда автомобіля, їжа та напої, гід-екскурсовод, оздоровчі послуги тощо);
- за сумою обміну валюти (готівкою) на гривні в банках чи пунктах обміну;
- за сумою окремих платежів кредитною карткою в Україні;
- за сумою наявних гривень при виїзді за межі України.

У результаті анкетного обстеження отримано матеріал для дослідження багатьох явищ та процесів у туризмі, який на основі існуючих форм звітності отримати не можливо. Це стосується не тільки даних, які дозволяють розрахувати витрати відвідувачів в Україні, але й інформації, що уможливлює аналіз статевої, вікової структури туристів, дає можливість розподілити відвідувачів за метою відвідання України, за видами транспорту, яким респонденти користувалися для приїзду в країну та всередині її, за видами послуг, які відвідувачі замовляли та за багатьма іншими ознаками.

Підхід до складання Анкет для внутрішнього та зарубіжного (виїзного) туризму був у цілому аналогічний. Проведене анкетування дозволяє розподілити дані категорії відвідувачів за суттєвими ознаками і проводити подальший аналіз їх структури за соціально-демографічними факторами, метою відвідання окремих регіонів України (для внутрішнього туризму) та інших країн (для зарубіжного туризму), за видами транспорту, тривалістю поїздок тощо.

За даними розподілів відвідувачів має бути здійснено третій етап статистичного дослідження – аналіз даних.

Отримані різноманітні групування іноземних відвідувачів, крім аналізу структури за окремими ознаками, дають можливість розраховувати і проаналізувати такі середні показники:

- середня кількість ночівель туриста в Україні;
- середня кількість ночівель туриста у місцях розміщення, у тому числі, за видами засобів розміщення (у готелях, санаторіях, кемпінгах, туристських таборах, приватному секторі, у родичів та знайомих);
- середні витрати відвідувача на пальне для особистого або орендованого автомобіля підчас подорожі;
- середня ціна путівки до України;
- середні витрати відвідувача на оплату проїзду в межах України;
- середні витрати на розміщення, у тому числі при умовах *усе включено*; *включено додаткові послуги*; *розміщення та сніданок*; *розміщення, сніданок та вечеря (або обід); тільки розміщення*;
- середні витрати відвідувача на послуги гіда-екскурсовода;
- середні витрати відвідувача на оренду автомобіля;
- середні витрати відвідувача на страхові послуги;
- середні транспортні витрати відвідувача;
- середні витрати відвідувача на їжу та напої;
- середні витрати відвідувача на оздоровчі послуги;
- середня вартість національних валютних одиниць, яку відвідувач обмінює (готівкою) на гривні, у тому числі за видами валют;
- середня на 1 відвідувача сума платежів, яку він здійснює з використанням кредитної картки у тому числі за видами валют;
- середня на 1 відвідувача сума гривень при виїзді за межі України.

Аналогічні розрахунки середніх, типових показників можна здійснити за даними розподілів сукупностей внутрішніх та зарубіжних відвідувачів. Підкреслимо, що першочергове значення для визначення обсягу туристичної діяльності, мають показники середньої кількості ночівель (середньої тривалості перебування) та середніх витрат відвідувачів.

Зупинимося детальніше на статистичній оцінці сфери туристичної діяльності, послуги якої на 100 % споживаються туристами. Проаналізуємо стан та основні тенденції розвитку готельного господарства в одному з найпривабливіших з точки зору туризму регіонів – Одеській області. Привабливість його пояснюється особливостями економіко-географічного розташування, розвинутою транспортною мережею, благодатними природно-кліматичними умовами, наявністю пам’ятників природи, архітектури, історії та культури. Все це відтворює передумови для формування й розвитку в соціально-економічному комплексі області високорентабельної туристичної інфраструктури.

Джерелом інформації щодо аналізу інтенсивності розвитку показників діяльності підприємств готельного господарства стали Статистичний щорічник України, Статистичні доповіді та збірники Головного управління статистики в

Одеській області [10-13]. Управління статистики узагальнює дані, що отримує від підприємств з розміщення туристів (форма № 1-готель) та публікує такі основні характеристики їх діяльності:

- кількість підприємств, одиниць;
- кількість номерів, одиниць;
- одноразова місткість, місць;
- загальна площа, кв. м;
- житлова площа, кв. м;
- загальний час перебування приїжджих, людино-діб, (у тому числі, іноземців);
- кількість обслужених приїжджих, чол., (у тому числі, іноземців);
- доходи від основного виду діяльності, грн., (у тому числі, від надання основних послуг іноземцям.

Охарактеризуємо деякі з них. Під *місткістю* розуміють загальну кількість місць, яка визначається по кількості розміщених ліжок (койок) в усіх номерах на кінець звітного року. В цей показник не включаються тимчасові (додаткові) місця, місця в номерах, які постійно зайняті не за прямим призначенням, або зайняті мешканцями, які оплачують займану площу за діючими тарифами для житлових будинків. Показник *кількість обслужених приїжджих* являє собою чисельність осіб, які тимчасово мешкали у готелях та інших місцях для короткотермінового проживання протягом року. Вона визначається за даними анкети для приїжджих та журналу обліку громадян. *Загальний час перебування приїжджих* – фактичний термін використання та кількість використаних постійних та тимчасових місць, враховуючи бронювання місць та номерів, що визначаються за даними анкети для приїжджих. Показник *доходи від основного виду діяльності* - це загальний доход (виручка) від надання послуг за основним видом діяльності (плата за проживання) без вирахування наданих знижок, непрямих податків і зборів з доходу (податку на додану вартість, готельного збору тощо.

Перелічені вище характеристики діяльності підприємств готельного господарства дають можливість розраховувати *відносні та середні показники*. Саме вони застосовуються для аналізу ефективності використання підприємств з розміщення і для порівняльного аналізу стану підприємств у різних регіонах країни. До них належать такі:

- середня місткість одного підприємства, місць;
- середня кількість номерів у одному підприємстві, одиниць;
- середня місткість одного номера, місць;
- середня площа одного номера, кв. м;
- середня тривалість перебування одного приїжджого, днів (відношення загального часу перебування приїжджих у підприємствах з розміщення до кількості обслужених приїжджих);
- середня тривалість перебування у *готелі* одного приїжджого, днів (відношення загального часу перебування приїжджих у готелях до кількості обслужених приїжджих у готелях);

- середня тривалість перебування одного іноземця, днів (розрахунок аналогічний);
- середня тривалість перебування у *готелі* одного іноземця, днів;
- середнє заповнення одного місця, чол. (відношення загальної кількості обслужених приїжджих до одноразової місткості);
- оборот одного місця за рік, днів (відношення загального часу перебування приїжджих у підприємствах з розміщення до одноразової місткості);
- коефіцієнт використання місткості, % (відношення загального часу перебування приїжджих до максимально можливого часу їх перебування. У свою чергу, максимально можливий час перебування розраховується як добуток 365 (днів у році) та одноразової місткості. Цей показник можна також обчислити шляхом ділення обороту одного місця за рік на 365).

Оцінювання інтенсивності розвитку підприємств з розміщення туристів було почато із вивчення динаміки показників, що обумовлюють спроможність або неспроможність регіону задовольняти в повному обсязі потреби споживачів послуг готелів [14-15]. Це такі характеристики експлуатаційної можливості підприємств готельного господарства, як кількість готелів та інших місць для тимчасового проживання, житлова площа номерів, місткість, кількість номерів (таблиця 8).

Дані таблиці свідчать, що окремі періоди всередині 2001-2009 рр. характеризуються протилежними тенденціями розвитку показників пропозиції послуг підприємств з розміщення.

Таблиця 8

Показники пропозиції послуг
підприємств готельного господарства Одеської області

Рік	Кількість підприємств готельного господарства, одиниць	Кількість номерів, одиниць	Житлова площа всіх номерів, тис. кв. м	Одноразова місткість, місць
2000	96	3674	75,6	8161
2001	89	3590	70,8	7685
2002	83	3515	73,6	7363
2003	73	3237	67,8	7019
2004	74	3195	72,8	6565
2005	79	3262	75,3	6619
2006	76	3273	76,0	6611
2007	80	3701	84,5	7425
2008	81	3952	89,1	7788
2009	80	3817	84,6	7541

Перший період охоплює 2001-2003 рр. На цьому етапі розвитку майже всі показники діяльності підприємств готельного господарства демонструють тенденцію до зниження (таблиця 9).

Таблиця 9

Відносні прирости показників експлуатаційної можливості підприємств готельного господарства Одеської області, відсотків до попереднього року

Рік	Кількість підприємств готельного господарства	Кількість номерів	Житлова площа всіх номерів	Одноразова місткість
2001	-7,3	-2,3	-6,4	-5,7
2002	-6,3	-2,1	3,9	-4,2
2003	-12,0	-7,9	-7,8	-6,7
2004	1,4	-1,3	7,5	-6,5
2005	6,8	2,1	3,3	0,8
2006	-3,8	0,3	1,0	-0,1
2007	5,3	13,1	11,1	12,3
2008	1,3	6,8	5,5	4,9
2009	-1,2	-3,4	-5,1	-3,2

Тільки за один 2003 р. кількість готелів та інших місць для тимчасового проживання зменшилася на 12 %, житлова площа – на 7,8 %, місткість – на 6,7 %, кількість номерів – на 7,9 %.

Починаючи з 2004 р. ситуація змінюється і майже в усі наступні роки показники експлуатаційної можливості підприємств готельного господарства демонструють стабільне зростання. За 2008 р. кількість готелів та інших місць для тимчасового проживання збільшилася на 1,3 %, житлова площа – на 5,5 %, місткість – на 4,9 %, кількість номерів – на 6,8 %.

У 2009 р. показники динаміки усіх характеристик діяльності підприємств готельного господарства змінили знак на протилежний. У цей кризовий рік житлова площа номерів зменшилася на 5,1 %, одноразова місткість - на 3,2 %, кількість номерів – на 3,4 %.

З показниками пропозиції пов’язані показники попиту на послуги підприємств готельного господарства, а саме: кількість обслугованих приїжджих та загальний час їх перебування, у тому числі іноземців. На величини цих показників впливають різноманітні економічні, соціальні, політичні чинники. Саме тому напрямки розвитку показників попиту на послуги підприємств по розміщенню дещо інші. У таблиці 10 наведено динаміку кількості обслугованих приїжджих. Можна бачити, що до 2007 р. попит на послуги готелів зростав. І лише в 2008 та 2009 рр. спостерігалося різке зменшення кількості обслугованих приїжджих, що пояснюються, перш за все, початком кризи в країні та світі.

Таблиця 10

Динаміка кількості обслугованих приїжджих підприємствами готельного господарства Одеської області, осіб.

Рік	2000	2005	2006	2007	2008	2009
Рівень	243,1	289,8	295,5	298,5	241,7	213,7

Одночасно, якщо аналізувати тенденцію розвитку одного з основних вартісних показників попиту на послуги підприємств готельного господарства – доходів від основного виду діяльності, складається враження, що криза не позначилася на ньому. Протягом усього періоду, що аналізується, рівень цього показника зростав. Так, наприклад, якщо в 2007 р. доходи складали 132426 тис. грн., то в 2008 р. – 138770 тис. грн. при одночасному зменшенні кількості обслугованих приїжджих та значному скороченні загального часу їх перебування.

Статистичні методи дослідження дають можливість кількісно оцінити вплив на зміну доходів окремих чинників. Для аналізу динаміки доходу та впливу на його формування факторів доцільно використовувати таку функціональну модель:

$$Д = \frac{Д}{З} \cdot \frac{З}{О} \cdot О,$$

де $Д$ – доход від основного виду діяльності (грн.);

$З$ – загальний час перебування приїжджих (людино-діб);

$О$ – обслуговано приїжджих (осіб).

Або в більш зручному вигляді:

$$Д = P \cdot T \cdot О,$$

де P – середня ціна одноденного перебування в готелі (грн.);

T – середня тривалість перебування одного приїжджого (діб);

Метод ланцюгових підстановок у рамках індексного аналізу дозволяє дослідити вплив факторів-множників на зміну результативного показника. У нашому випадку формули загального та факторних абсолютних приростів доходів від основного виду діяльності матимуть такий вигляд:

$$\Delta Д = P_1 \cdot T_1 \cdot О_1 - P_0 \cdot T_0 \cdot О_О;$$

$$\Delta Д_О = P_0 \cdot T_0 \cdot (О_1 - О_0).$$

$$\Delta Д_T = P_0 \cdot (T_1 - T_0) \cdot О_1;$$

$$\Delta Д_P = (P_1 - P_0) \cdot T_1 \cdot О_1;$$

Метод ланцюгових підстановок забезпечує наступне рівняння:

$$\Delta Д = \Delta Д_P + \Delta Д_T + \Delta Д_О.$$

Нами було здійснено такий аналіз та оцінено зміни в 2008 р. порівняно з 2007 р. доходів від основного виду діяльності – загальні, а також такі, що обумовлені впливом окремих факторів.

Результати розрахунків за наведеними вище формулами виявилися такими:

$\Delta Д =$ 6334 тис. грн., $\Delta Д_P =$ 35180 тис. грн.,

$\Delta Д_T =$ - 3631 тис. грн., $\Delta Д_О =$ - 25215 тис. грн.

$$6334 = 35180 – 3631 – 25215.$$

Таким чином, у 2008 році порівняно з 2007 роком доходи від основного виду діяльності підприємств готельного господарства Одеської області збільшилися на 6334 тис. грн. Це зростання цілком пояснюється збільшенням цін на послуги

готелів. Якщо б ціни 2008 р. існували при поточних, 2008 р., значеннях середньої тривалості перебування одного приїжджого та кількості обслугованих приїжджих, то доходи збільшилися б на 35180 тис. грн. Зниження середньої тривалості перебування одного приїжджого обумовили зменшення доходів на 3631 тис. грн., а зменшення кількості обслугованих приїжджих – на 25215 тис. грн.

Задля поглиблення аналізу експлуатаційної можливості засобів розміщення регіону, аналізу ефективності їх використання та дослідження тенденції динаміки було розраховано відносні та середні показники діяльності підприємств готельного господарства (таблиця 11).

Дані таблиці висвітлюють тенденцію зростання середніх показників пропозиції послуг готелів до 2008 р.. Так, за цей період середня місткість одного підприємства збільшилася на 12,9 %, середня кількість номерів у одному підприємстві – на 28,9 %. Одночасно такі характеристики експлуатаційної можливості як середня місткість одного номера та середня площа номера однозначної тенденції на виявляють. Значення показників обороту одного місця та коефіцієнту використання місткості дозволяють зробити висновки про існування двох протилежних тенденції всередині періоду. До 2006 року показники ефективності використання готелів постійно зростали. Так, якщо в 2000 р. кожне місце було в середньому зайнято 74 дні, то в 2006 р. – майже 106 днів, тобто оборот одного місця за 6 років збільшився на 43,1 %5. Відповідно в 2000 р. місткість підприємств була використана на 20,3 %, а в 2006 р – на 29,0 %. Останні роки періоду демонструють спад характеристик ефективності. Коефіцієнт використання місткості в 2008 р. впав до рівня 2000 р., а в 2009 р. місткість підприємств готельного господарства Одеської області була використана лише на 16 %.

Таблиця 11

Середні та відносні показники пропозиції та попиту
на послуги підприємств готельного господарства Одеської області

Показник	Одиниці виміру	Роки					
		2000	2005	2006	2007	2008	2009
Середня місткість одного підприємства	місць	85	84	87	93	96	94
Середня кількість номерів у одному підприємстві	одиниць	38	41	43	46	49	48
Середня місткість одного номера	місць	2,2	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0
Середня площа одного номера	кв. м	20,6	23,1	23,2	22,8	22,5	22,2
Оборот одного місця за рік	днів	74,0	103,2	105,9	99,6	74,2	58,4
Коефіцієнт використання місткості	%	20,3	28,3	29,0	27,3	20,3	16,0

Для узагальнення інформації в сфері туризму, визначення основних закономірностей та тенденцій її розвитку необхідно використання цілої низки статистичних методів, починаючи з процесу збору інформації, і до аналізу даних, який має сприяти прийняттю вірних управлінських рішень у цій сфері діяльності.

У роботі проаналізовано можливі напрямки статистичних досліджень у туризмі та дано поради щодо форм, методів, способів спостереження для окремих напрямків. Туризм, як ніяка інша галузь, поєднує економічні та соціальні складові. Це обумовлює необхідність широкого використання спеціально організованих спостережень, в основному, вибіркових, таких як анкетування та моніторинги. Проаналізовано розроблену в Україні Програму вибіркового обстеження, мета якої – визначення обсягу витрат відвідувачів за окремими категоріями.

Використання в процесі дослідження наведених у роботі класифікацій та групувань, що пропоновані Всесвітньою туристичною організацією, сприяють порівнянності даних вітчизняної та міжнародної статистики.

Продемонстровано можливості визначення обсягу туристського споживання. Висвітлено два шляхи відповідних підрахунків: 1) на підставі статті виробництва балансу виробництва та використання послуг туризму; 2) на підставі статті використання. Підкреслено, що задля досягнення мети дослідження необхідно користуватися як формами статистичної звітності, так і результатами експертних оцінок. Перш за все, експертні оцінки необхідні для визначення середньодобових витрат відвідувачів та визначення частки продаж, що припадає на туристське споживання. Саме показник обсягу вироблених послуг туризму, розрахований методами, що описані вище, може використовуватися для оцінки внеску туризму в економіку регіону, а саме – для розрахунку частки доданої вартості туризму у валовому внутрішньому продукті, частки зайнятих в туризмі у загальній кількості зайнятих та для обчислення інших показників ефективності туристичної діяльності.

У ході дослідження здійснено оцінювання стану та розвитку готельного господарства Одеської області. Проаналізовано динаміку основних характеристик експлуатаційної можливості підприємств готельного господарства та показників попиту на послуги готелів. Було виділено етапи розвитку, які характеризуються протилежними тенденціями динаміки. Негативна тенденція динаміки характеристик пропозиції послуг готелів у багатьох випадках пов’язана із припиненням діяльності підприємств готельного господарства у зв’язку зі збитковістю, неможливістю подальшого утримання та передачею в оренду підприємствам, організаціям і установам, зміною форми власності, тобто продажем фізичним особам у приватну власність.

Досліджуючи динаміку відносних та середніх показників експлуатаційної можливості підприємств готельного господарства зроблено висновки про тенденції як показників пропозиції послуг готелів так і характеристик ефективності їх використання.

Продемонстровано сталу тенденцію зростання вартісної характеристики діяльності підприємств – доходів від основного виду діяльності. За допомогою статистичних методів кількісно оцінено вплив інфляційних процесів і ринкових умов ціноутворення на зростання доходів при загальному зниженні інших показників.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про туризм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: - http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=324%2F95-%E2%F0
2. Методика розрахунку обсягів туристичної діяльності. Наказ Державної туристичної адміністрації та Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу:- http://zakon.rada.gov.ua/cgibin/laws/main.cgi?nreg=z1128-03
3. Герасименко В.Г. Основы туристского бизнеса: Учебное пособие. - Одесса: Черноморье, 1997. 220 с.
4. Кулагина Г.Д., Попелева С.В., Сенин В.С. Статистика туризма: Учебное пособие. – Моск. гос. ун-т экономики, статистики и информатики. – М.: 1996. – 34 с.
5. Окландер М.А., Милашко О.Г. Статистичний моніторинг внеску туризму в економіку території // Статистика України. – 2002. - № 4. – С. 49-52.
6. Наказ Державного комітету статистики України № 155 від 21.06.2005 «Про вибіркове опитування відвідувачів (туристів та одноденних відвідувачів) щодо визначення обсягу туристичних витрат в Україні та за кордоном» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: - http://ua-info.biz/legal/basevt/ua-smtttt.htm
7. Соболева Е.А. Статистика туризма: статистическое наблюдение: Учеб. Пособие. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 160 с.
8. Яковлев Г.А. Экономика и статистика туризма: Учебное пособие, 2-е изд. – М.: Издательство РДЛ, 2004. 376 с.
9. Стан і проблеми розвитку готельного господарства України в контексті підготовки до ЄВРО-2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: - http://www.niss.lviv.ua/analytics/120.htm
10. Статистичний щорічник України за 2009 рік // Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: - http://www.ukrstat.gov.ua
11. Економічна доповідь Головного управління статистики в Одеській області “Діяльність підприємств готельного господарства Одеської області у 2005 році”. - Одеса: Головне управління статистики в Одеській області, 2006 р. – 10 с.
12. Статистичний збірник Головного управління статистики в Одеській області “Готелі та інші місця для тимчасового проживання Одеської

області”. – Одеса: Головне управління статистики в Одеській області, 2009 р. – 75 с.
13. Готелі та інші місця для тимчасового проживання (2000-2009 рр.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: - http://www.od.ukrstat.gov.ua
14. Милашко О.Г. Статистичний аналіз стану та розвитку підприємств готельного господарства Одеської області // Науковий вісник ОДЕУ. – 2010 р. – № 13. – С. 143-150.
15. Милашко О.Г. Статистика туризму: Навчальний посібник. – Одеса: ОДЕУ, 2010 р. – 168 с.

Наукове видання

За загальною редакцією кандидата економічних наук,
професора А.З.Підгорного

МЕТОДОЛОГІЯ СТАТИСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

МОНОГРАФІЯ

Підписано до друку 4.05.2012. Формат 60х84/16. Папір офсетний.
Гарнітура Times New Roman. Ум. друк. арк.17,67.
Тираж 300 прим. Замовлення № 1021

Видавництво «Атлант» ВОІ СОІУ
65029, м.Одеса, Ольгієвський узвіз, 8,
Свідоцтво ДК №3564 від 31.08.2009
Тел.: 728-45-71
e-mail: ev_atlant@mail.ru